

МАРКЕТИНГОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Товажнянская О.И., Целинская А.А., Перерва П.Г.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», г. Харьков

В настоящее время существует развитая теория и практика маркетинга обычных товаров, но наблюдается значительное отставание теории маркетинга интеллектуальной собственности. Причина отставания, на наш взгляд, заключается не только в сравнительной новизне рынка интеллектуальной собственности (ИС), а еще и в том, что специфика объектов права интеллектуальной собственности, выступают на рынке в качестве нематериальных объектов, скрывает экономическую сущность этих объектов и затрудняет проведение маркетинговых исследований. Специфика маркетинговых исследований при коммерческом использовании интеллектуальной собственности проявляется в различных подходах к ее созданию и сбыта по сравнению с традиционными товарами. Если производство материальных товаров с самого начала ориентировано на рынок, то необходимость продажи объектов права ИС не очевидна. Сначала объекты ИС создаются не для продажи, а для использования в собственном производстве. Затем, когда это будет выгодно предприятию (разработчику, патентообладателю), они могут быть проданы по лицензионному соглашению.

Предлагается рассматривать два варианта маркетинга объектов ИС.

Согласно первому варианту объект ИС рассматривается как самостоятельный товар, разработка которого заканчивается уже на первом этапе жизненного цикла товара (создание продукта).

Второй вариант маркетинга исходит из того, что объект ИС рассматривается как составляющая инновационного товара на всех этапах его жизненного цикла. При этом материальный инновационный товар включает в себя интеллектуальную составляющую, которая имеет патентную защиту и неотделима от самого инновационного продукта.

Литература

1 Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г. Перерва, С. Нагі, Т.О. Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

2 Романчик Т. В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т.В. Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є.І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.

3 Перерва П.Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П.Г. Перерва, О.П. Косенко, А.В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 68-73.

4 Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115.